

MasterCard poukázala zahájením novej štúdie o finančnom začleňovaní na neutešenú situáciu ľudí nevyužívajúcich finančné služby

Bratislava, 18. septembra 2013 – Spoločnosť MasterCard®, jednotka v inteligentných, pohodlných a bezpečných platbách, dnes zverejnila správu k štúdii *Road to Inclusion* (Cesta k začleneniu). Správa, ktorá vznikla na základe výsledkov novej štúdie, je najrozsiahlejšia svojho druhu. Ukazuje štatistiky obyvateľov Európy, ktorí nevyužívajú finančné služby.

- **Nová štúdia, *Road to Inclusion* (Cesta k začleneniu), ukázala, že milióny Európanov nevyužívajú finančné služby alebo im nie sú finančné služby dostupné.**
- **Na rozdiel od všeobecnej mienky sú mnohí z nich miestnymi rodákmi, pracujú a chcú byť súčasťou ekonomiky.**
- **Tejto skupine hrozí, že bude kvôli digitálnemu vylúčeniu ďalej odsúvaná na okraj záujmu. Mnohí vidia riešenie finančného začlenenia v predplatených kartách.**

Výsledky boli odhalené dnes na konferencii s názvom MasterCard Europe Prepaid Conference 2013 v Ríme. Štúdia prebehla v šiestich európskych krajinách: Veľkej Británii, Francúzsku, Taliansku, Španielsku, Poľsku a Rusku. Výsledky ukázali, že postoje a chovanie sa s geografiou príliš nemenia. To ukazuje, že problémy ľudí, ktorí nevyužívajú finančné služby, sú podobné po celej Európe a aj za jej hranicami.

Štúdia bola zadaná s cieľom pomôcť MasterCard a jej partnerom lepšie porozumieť, čo finančné vylúčenie alebo zlá dostupnosť finančných služieb znamená, aby mohli tejto skupine poskytovať lepšie služby a vybudovať dôveru do budúcnosti.

Ľudia nevyužívajúci finančné služby – Priemerný vek 40 rokov, mierne nadpolovičná väčšina (55 %) sú ženy a 51 % z nich je vydatých/ženatých. Najväčšia skupina v rámci segmentu (40 %) nedostala v posledných troch mesiacoch žiadnu formu platby, stáleho platu, dávok ani ničoho podobného. 35 % z nich dostalo v danom časovom období nejakú mzdu. 81 % týchto ľudí žilo doposiaľ celý život vo svojej rodnej krajine.

Osoby s nedostatočnou dostupnosťou finančných služieb – Ľudia, ktorí nemajú prístup k žiadnej forme elektronického platobného styku. Priemerný vek je, rovnako ako pri predchádzajúcej skupine, 40 rokov a 55 % z nich sú opäť ženy. V tejto skupine sú menej často ženatí/vydatí: 37 %. Najväčšia skupina v rámci tohto segmentu (36 %) dostala v priebehu posledných troch mesiacov nejakú formu sociálneho zabezpečenia, zatiaľ čo tretina (33 %) dostala nejaký plat. 83 % týchto ľudí žilo celý doterajší život vo svojej rodnej krajine.

Obe skupiny zdieľajú najčastejší dôvod, prečo nemá bankový účet – jedna štvrtina z nich tvrdí, že nemá dosť peňazí. Ďalšími dôvodmi sú: že ho „nechcú“ alebo „nepotrebujú“, nemajú bankový účet povolený, alebo nemajú banky radi, alebo im neveria.

Namiesto využívania funkcií bankového účtu – inkasa, internetového bankovníctva alebo možnosti kúpiť tovar on-line – používa veľká väčšina ľudí z týchto skupín hotovosť na platbu nájmu (98 %) a poplatkov (95 %) a schováva svoje peniaze na najrôznejších miestach vo svojich domovoch. Taký prístup celkovo limituje ich možnosti využitia výhod internetu. Mnohí uprednostňujú osobný kontakt a ich používanie technológií je obmedzené skôr na sociálne siete, ako na profitovanie z výhod a šetrenie spojené s on-line nakupovaním a bankovníctvom.

Napriek tomu, že dve tretiny z nich vlastnia štandardný mobilný telefón (66 %), rovnaký počet nikdy nepočul o mobilnom bankovníctve ako alternatíve bankového účtu. Prístup k počítaču alebo notebooku má v Európe len zhruba štvrtina finančne vylúčených.

Pri testovaní, či by predplatené karty boli pre osoby bez bankového účtu zaujímavé, prieskum ukázal, že 54 % z nich by sa o ne zaujímalo a chcelo by viac informácií. 39 % uviedlo, že si myslí, že predplatené karty môžu byť z hľadiska ich finančných potrieb relevantné.

„Len v západnej Európe je 93 miliónov ľudí bez bankového účtu. Predplatené karty by naozaj mohli byť pre mnohých „mostom“, vďaka ktorému by sa títo ľudia cítili finančne začlenení, mali by svoje peniaze bezpečne uložené a naučili by sa viac o správe svojho rozpočtu. Táto cesta je tiež súčasťou snahy o sociálne a technologické začlenenie. Chceli by sme viac vzdelávať túto skupinu ohľadne ich možností. Zjavne neexistuje jeden produkt, ktorý by vyhovoval všetkým, a preto môžu byť produkty jednoducho prispôsobované jednotlivým zákazníkom tak, aby vzali na zreteľ rôzne životné okolnosti,“ povedala Jennifer Rademaker, Senior Vice President kľúčových produktov MasterCard Europe.

43 % ľudí, ktorí nevyužívajú finančné služby, niekedy počulo o predplatených kartách, ale nepoužilo ich. 47 % o nich dokonca ani nepočulo. Navzdory tomuto obmedzenému povedomiu však 41 % všetkých respondentov pripustilo, že by využilo možnosť nemať hotovosť stále pri sebe. 25 % z nich potom uznalo, že by im karta pomohla mať lepšiu kontrolu nad ich výdavkami.

„Je zrejmé, že všetci budeme musieť pracovať na preklenutí tejto medzery u ľudí, ktorí nevyužívajú finančné služby. Prekážky začlenenia stále existujú a my musíme byť ostražití a strážiť, že legislatívne prostredie v Európe bude naďalej umožňovať znižovanie finančného vylúčenia. Možnosť platiť elektronicky prináša väčšiu nezávislosť, bezpečnosť a lepšie hospodárenie s peniazmi. Dobrou správou je, že 54 % ľudí z tejto skupiny sa chce dozvedieť viac a začleniť sa do finančného systému,“ dodáva Jennifer Rademaker.



O spoločnosti MasterCard

[MasterCard](#) (NYSE: MA), www.mastercard.com, je globálna platobná a technologická spoločnosť. Zaisťuje fungovanie najrýchlejšej procesnej siete platobných transakcií na svete. Prepája užívateľov, finančné inštitúcie, firmy, vlády a spoločnosti vo viac ako 210 krajinách a územiach. Produkty a riešenia MasterCard tvoria každodenné obchodné aktivity – ako nakupovanie, cestovanie, riadenie biznisu a financií – jednoduchšie, bezpečnejšie a efektívnejšie pre každého. Nasledujte nás na Twitteri [@mastercardnews](#), diskutujte s nami na [The Heart of Commerce Blog](#) a odberajte naše [novinky](#).

Kontakty MasterCard:

Anna Suchá, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 226, +420 731 619 287, anna.sucha@ogilvy.com

Miroslava Jozová, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 213, +420 603 280 825,

miroslava.jozova@ogilvy.com

Milan Kříž, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 237, +420 602 266 316, milan.kriz@ogilvy.com